

# SOCIO-ECONOMIC FACTORS INFLUENCING DAIRY FARMERS' DECISION IN SELLING MILK AT GETASAN DISTRICT SEMARANG REGENCY

By

Wiludjeng Roessali, Migie Handayani dan Titik Ekowati  
Faculty of Animal Husbandry Diponegoro University

## ABSTRACT

This research sought to identify (1) socio-economic factors influencing dairy farmers' decision in selling milk in Getasan district, Semarang regency, and (2) comparison between milk production of farmers by using strata of animal unit. Data was collected by using survey method. The fifty-two dairy farmers on strata I ( $< 3$  heads) and twenty-three dairy farmers on strata II ( $\geq 3$  heads) have been chosen as a sample in this research. Time period of the study was in Augustus 2008 to October 2008. The data was analyzed by using *multiple linier regressions*, where dependent variable Y as decision in selling milk, while X were age, main job, number of families, strata, price risk, location marketing as independent variables, respectively. The result of the study were (1) number of families, price risk and location marketing influencing dairy farmers' decision in selling the fresh milk ( $P < 0.01$ ), and (2) there was no decision differences between both kinds strata.

*Keywords: Socio-Economic Factors, Decision Making, Selling milk*

# FAKTOR SOSIAL EKONOMI YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN KEPUTUSAN PETERNAK SAPI PERAH DALAM PROSES PENJUALAN SUSU DI KECAMATAN GETASAN KABUPATEN SEMARANG

## ABSTRAK

Penelitian dilakukan untuk mengetahui : 1) factor-faktor social ekonomi yang mempengaruhi pengambilan keputusan peternak sapi perah dalam proses penjualan susu di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, dan 2) membandingkan berdasarkan strata pemilikan ternak sapi perah. Data dikumpulkan dengan survey pada periode Agustus sampai Oktober 2008. Responden dipilih secara acak masing-masing 5 peternak dari 15 anggota KTT sapi perah yang menyeter susu ke KSU Andini luhur sehingga diperoleh 75 responden. Responden dibagi berdasarkan strata pemilikan ternak sapi perah yaitu Strata I dengan pemilikan  $< 3$  ekor sebanyak 47 responden, dan strata II dengan pemilikan  $\geq 3$  ekor sapi perah sebanyak 23 responden. Data dianalisis dengan regresi linier berganda, dimana variable Y adalah keputusan peternak dalam proses penjualan susu dan X adalah variable penjelas yang meliputi umur peternak (X1), pekerjaan utama (X2), jumlah keluarga (X3), strata (X4), resiko harga (X5) dan lokasi pemasaran (X6). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable jumlah keluarga, resiko harga dan lokasi pemasaran sangat nyata mempengaruhi keputusan peternak tapi tidak ada pengaruh yang berbeda peternak pada strata I dan strata II dalam keputusan menjual susu.

Kata kunci : faktor sosial ekonomi, pengambilan keputusan, penjualan susu

## INTRODUCE

Agricultural production in Indonesia is generally characterized by the following conditions: (1) small-scale business and the use of small capital, (2) the application of the technology has not been optimal farming; (3) the system has not been efficient marketing results and the price is determined more by traders. Special dairy farmers that have not been able independent sales milk. In addition to the discharge Permenkeu No. 19/2009 where the government operates a customs milk product raw materials from 5% to 0%, which resulted in Milk Industry (IPS) has a strong selection in determining the contract price because the price of imported milk (powder) is much more affordable to 15% of the local milk.

Policies which have not yet aligned to the farmers/breeders, plus a condition that resulted in the position of dairy farmers breeders increasingly trapped in a weak bargaining position. To strengthen the position for easy access and the need to obtain input and distribution of production, dairy farmer breeders build strength through groups such as Farmers Group Livestock (KTT) dairy cattle. KTT combination is then formed a cooperative that allows the results dairy farmer breeders obtain the certainty of the market. Cooperative dairy farmers is a mediator between the IPS and are very cooperative and determine bargaining breeders in determining the amount of sales milk, time sales and prices received by breeders.

Organization of cooperatives can play a role in the reform of social actors muster with the economy in two aspects. First, concentrate on the perpetrators of collective economy in the products they produce directly to consumers with a strong bargaining position. Second, the cooperative organization can be a container that is responsible to purchase goods needed by the economic actors of the people directly from suppliers in the modern sector-bargaining position with the firm also (Sritua Arief, 2002).

Local milk national production per day reached 1,200 tons, while demand national milk reach 3,600 tons per day, and the breeder is able to supply only about 20% of the needs of IPS. That number comes from a dairy cow productive as 300,000 dairy farmers with the amount of 115,000 people. While still Duty of 5%, the price of local milk exceed imports. However, the determination of zero percent customs is to switch to all IPS milk import (Joseph, 2009)

This study aims to determine the condition of dairy cattle farmers in the District Getasan particularly members KSU Andini Luhur, how the views of the breeder and the problems faced and how to handle post-production decisions and choose Andini Luhur KSU as an alternative marketing milk.

## RESEARCH METHOD

This research was conducted at the Livestock Farmers Group (KTT) dairy cattle in the Getasan District, Semarang Regency. Location selection is done purposively with a dairy cattle farm centres and cooperative Serba Usaha (KSU) Andini Luhur never reach some of the achievements as Award Recipients of food level of Central Java Province (2005), get the award for Best Milk shelter (Rank I Central Java) and from the Ministry of Agriculture of the Republic of Indonesia as Juara Harapan III.

The sample with the method of simple random sampling in dairy cattle KTT members KSU Andini Luhur members, have at least 2 heads lactation dairy cow. KTT each randomly selected 5 of the overall number of breeder so that the respondents are 75 people. KTT list of dairy cattle and the number of members KSU Andini Luhur is as follows:

Table 1. Livestock Farmers' groups (KTT) list of dairy cattle and the number of members KSU Andini Luhur (2008)

No	KTT	Village	Number of members	Year Established
1	TTM	Jetak	35	2000
2	Pangudi Luhur	Jetak	20	2001
3	Lestari Mulyo	Jetak	50	2001
4	Sidodadi	Jetak	25	2002
5	Ngremboko Subur	Jetak	15	2002
6	Warga Rukun	Samirono	12	2002
7	Sari Puspita	Nogosaren	43	2002
8	Budidaya	Jetak	14	2003
9	Dadi Mulyo	Jetak	25	2003
10	Sari Mulyo	Jetak	15	2004
11	Cipto Manunggal	Batur	24	2004
12	Salam	Jetak	12	2005
13	Ngundisari	Tajuk	30	2005
14	Tani Makmur	Sumogawe	40	2005
15	Lestari	Getasan	48	2005

To find out the factors that influence the decision breeder dairy cow in the process of selling milk analyzed with multiple linear regression methods (Gujarati, 1998; Widarjono, 2007) as follows:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_6 X_6 + e_i$$

Dimana :

Y = Decision farmer

X<sub>1</sub> = age (year)

X<sub>2</sub> = Job (3 = breeder, 2 = breeder, farmer, 1 = breeder, farmer, private/civil servant)

X<sub>3</sub> = the number of families (people)

X<sub>4</sub> = Strata (I < 3 heads; II ≥ 3 heads)

X<sub>5</sub> = Price risk (skor)

X<sub>6</sub> = Marketing Location (3=jauh; 2=sedang dan 1=dekat)

e = error

Decision in the sale include milk score 3 = always sell the entire production on the KSU milk, score 2 = sell some milk agents on the other, and score 1 = sometimes sell some milk agents on the other. Risks include the price of the questions whether the breeder always sell all the production on the KSU milk Andini Luhur, treatment on the amount of milk production declined by KSU, KSU satisfaction in the service, payment methods, price levels are defined, the quality of milk, competition among the breeders, the milk the other distribution, easy access to buy food, transportation, the possibility of leniency / exemption on the provision of KSU.

## **RESULTS AND DISCUSSION**

### **KSU Andini Luhur and Dairy Cattle Farmer**

Cooperatives business (KSU) Andini Luhur located in Jetak the Getasan District, Semarang Regency. KSU was founded in 1992 on the basis of the needs in terms of joint marketing and production milk provision of livestock production facilities as KTT Andini, and then gradually be Livestock Farmers' groups (KTT) advanced in 1995, Middle level in 1996 and into 1998, the KSU be a legal one year later. Number of members at the beginning of the 1992/1998 stood as 40 people to be 170 people in the year 2008. Business units include milk handling, transportation services business unit,

business unit reception equipment leasing, savings and loans unit and unit of cattle feed. The main objective is the establishment KSU mainly to ease selling milk members, increase member revenue, increase knowledge and skills in the dairy cattle management.

Dairy cow breeder respondents KSU members Andini Luhur most educated SD (49.33%), secondary (30.67%) and spouses (16%) and the Academy / PT (4%). Breeders experience ranged from 2 - 40 years, where 61 (81.33%) respondents experienced > 20 years. Principal livelihood most farmers is 82.67%. As a farmer's variable Independent Respondent as follows:

Table 2. As a farmer's Respondent Independent Variables

No	Description	Persentase (%)	Average	Stdev
1.	Age 24 – 64 years		45,1067	10,31212
	< 55 years	65,33		
2.	Main Job (skor 1-3) :		2,2133	0,72211
	1=Breeder (13 orang)	17,33		
	2= Breeder + Farmer (33)	44,00		
	3= Breeder + Farmer+ Private/PNS (29)	38,67		
3.	The number of families :		3,5467	1,08171
	≤ 4 peoples	52		
	> 4 peoples	48		
4.	Ownership of cattle dairy cow (2-14 head):		0,6667	0,47458
	< 3 heads	69,33		
	≥ 3 heads	30,67		
5.	Price risk (skor 7-15)		12,4533	1,80310
6.	Marketing Location (3=far; 2=middle, 1=near)		2,5867	0,57171

### Factors Affecting the Social Economic decision

Analysis using the results of multiple linier regressions can note that breeder decision in the process of selling milk based on regression coefficients in Table 3. Based on the table above regression equation can be expressed in the sales decision breeder milk is:

$$Y = -1,781 - 0,003X_1 - 0,049X_2 - 0,154X_3 + 0,072X_4 + 0,523X_5 - 0,911 X_6 + e$$

Table 3. Regression Coefficients Results

Nama	Variabel	regression coefficients	Sig.	Std Error
Constanta		-1,781	0,001	0,494
Age	X1	-0,003	0,583	0,005
Main Job	X2	-0,049	0,523	0,077
The number of families	X3	-0,154	0,004**	0,051
Strata	X4	0,072	0,526	0,113
Price Risk	X5	0,523	0,000**	0,032
Marketing Location	X6	-0,911	0,000**	0,104
R2		0,834		
Fhitung		52,642	0,000**	

\*\*) highly significant ( $P < 0,01$ )

Table 3 shows that six of the suspected factors that influence decision-making process in the sale of breeder milk only three factors, namely the number of families (X3), price risk (x5) and location marketing (X6) is a highly significant ( $P < 0.01$ ). This condition may mean that the greater number of families was relatively lower or more difficult to make a decision. Review of aspects of risk shows that the price fluctuation in the foreign cooperative breeder will sell their milk products to the cooperative, other than that supported by the services and facilities of the cooperative. The location of the marketing is very significant effect on the decision breeder.

Breeders feel the certainty of the market more clearly with the cooperative to make milk. This is rarely cooperative milk reject results that paid members. In fact cooperatives apply a different standard price to quality milk received. Standard milk received cooperative is to meet the standard fat content ( $> 3.5\%$ ) and specific gravity ( $> 1.026$ ). Facilities available in the cooperative to measure the quality of the milk, so if the breeder is not paid in accordance with standard test quality defined in the milk will returned. Usually breeders milk will sell to the cooperatives that have a standard lower than cooperative with the consequences Andini Luhur accept a lower price, that is around Rp 1900 - Rp 2500. While the price milk defined KSU Andini Luhur divided according to grade, the per litter to a) grade A at Rp 2900, b) grade B at Rp 2750, c) grade C at Rp 2,600, d) grade D at Rp 2,450, and grade E price of Rp 2300.

Price milk defined KSU Andini Luhur reality is still far lower than the price of local milk production in West Java. Currently, the price milk from local breeders are on the range of Rp 3900 - Rp 4000 per litter (Joseph, 2009), even for Semarang city can be reached between Rp 3250 - Rp 3500 per litter.

Significant location also affect the decision to sell the milk to KSU Andini Luhur. The cooperative's far down the decision to sell the product to the cooperative. This is because there are other options that cooperatives are willing to accommodate production milk breeder. However, the breeder will choose the fixed deposit to KSU Andini Luhur feel if the quality of the quality milk produced achieve quality standards that enable breeders to obtain a larger profit.

## CONCLUTION

Very real factors that affect dairy cow breeders in making the decision to sell the product milk is the large number of families, the price risk of the location and distance marketing. Breeders the opportunity to sell milk outside alternative is highly dependent of the ability of family members the possibility to reach the market price at the time outside the cooperatives is relatively more profitable. To avoid losses due to the greater bargaining position is weak farmers who do management of the farm so that the correct result production quality that can be reached in accordance with market demand.

## Reference

- Gujarati, D., 1998. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga. Jakarta.
- Yusuf, H.E., 2009. Pemasaran Susu Lamah Posisi Tawar. *Harian Pikiran Rakyat*, Kamis 23 April 2009.
- Sritua Arief. 2002. Bung Hatta Bapak Kedaulatan Rakyat. *Majalah PP\Th 2002\Edisi 28*
- Widarjono, A., 2007. *Ekonometrika Teori dan aplikasi*. Edisi Kedua. Penerbit Ekonisia Fakultas Ekonomi UII. Yogyakarta.

**FAKTOR SOSIAL EKONOMI YANG MEMPENGARUHI PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PETERNAK SAPI PERAH DALAM PROSES PENJUALAN SUSU  
DI KECAMATAN GETASAN KABUPATEN SEMARANG**

(Socio-Economic Factors Influencing Dairy Farmers' Decision  
In Selling Milk At Getasan District Semarang Regency)

**Oleh**

**Wiludjeng Roessali, Migie Handayani dan Titik Ekowati**  
Fakultas Peternakan Universitas Diponegoro

**ABSTRACT**

This research sought to identify (1) socio-economic factors influencing dairy farmers' decision in selling milk in Getasan district, Semarang regency, and (2) comparison between milk production of farmers by using strata of animal unit. Data was collected by using survey method. The fifty-two dairy farmers on strata I ( $< 6$  heads) and twenty-three dairy farmers on strata II ( $\geq 6$  heads) have been chosen as a sample in this research. Time period of the study was in Augustus 2008 to October 2008. The data was analyzed by using *multiple linier regressions*, where dependent variable Y as decision in selling milk, while X were age, main job, number of families, strata, price risk, location marketing as independent variables, respectively. The result of the study were (1) number of families, price risk and location marketing influencing dairy farmers' decision in selling the fresh milk ( $P < 0.01$ ), and (2) there was no decision differences between both kinds strata.

*Keywords: Socio-Economic Factors, Decision Making, Selling milk*

**ABSTRAK**

Penelitian dilakukan untuk mengetahui : 1) factor-faktor social ekonomi yang mempengaruhi pengambilan keputusan peternak sapi perah dalam proses penjualan susu di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang, dan 2) membandingkan berdasarkan strata pemilikan ternak sapi perah. Data dikumpulkan dengan survey pada periode Agustus sampai Oktober 2008. Responden dipilih secara acak masing-masing 5 peternak dari 15 anggota KTT sapi perah yang menyeter susu ke KSU Andini luhur sehingga diperoleh 75 responden. Responden dibagi berdasarkan strata pemilikan ternak sapi perah yaitu Strata I dengan pemi likan  $< 3$  ekor sebanyak 47 responden, dan strata II dengan pemilikan  $\geq 3$  ekor sapi perah sebanyak 23 responden. Data dianalisis dengan regresi linier berganda, dimana variable Y adalah keputusan peternak dalam proses penjualan susu dan X adalah variable penjelas yang meliputi umur peternak (X1), pekerjaan utama (X2), jumlah keluarga (X3), strata (X4), resiko harga (X5) dan lokasi pemasaran (X6). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable jumlah keluarga, resiko harga dan lokasi pemasaran sangat nyata mempengaruhi keputusan peternak tapi tidak ada pengaruh yang berbeda peternak pada strata I dan strata II dalam keputusan menjual susu.

Kata kunci : faktor sosial ekonomi, pengambilan keputusan, penjualan susu



## PENDAHULUAN

Sistem produksi pertanian di Indonesia umumnya dicirikan oleh kondisi sebagai berikut: (1) skala usaha kecil dan penggunaan modal kecil; (2) penerapan teknologi usahatani belum optimal; (3) sistem pemasaran hasil belum efisien dan harga lebih banyak ditentukan oleh pedagang. Khusus peternak sapi perah yang belum sanggup mandiri dalam penjualan susu. Ditambah lagi dengan keluarnya Permenkeu No. 19/2009 dimana pemerintah menerapkan bea masuk produk bahan baku susu dari 5% menjadi 0%, yang mengakibatkan Industri Pengolah Susu (IPS) memiliki pilihan yang kuat dalam menentukan harga kontrak karena harga susu impor (bubuk) jauh lebih murah hingga 15% daripada susu lokal.

Kebijakan yang selama ini belum berpihak pada petani/peternak, ditambah kondisi yang demikian mengakibatkan posisi petani peternak sapi perah makin terperangkap dalam kondisi posisi tawar yang lemah. Untuk memperkuat posisi dan untuk kemudahan akses memperoleh kebutuhan input dan penyaluran hasil produksi, peternak sapi perah membangun kekuatan melalui kelompok-kelompok seperti Kelompok Tani Ternak (KTT) sapi perah. Gabungan KTT ini kemudian membentuk koperasi yang menampung hasil susu yang memungkinkan peternak memperoleh kepastian pasar. Koperasi susu merupakan mediator antara peternak dan IPS dan koperasi sangat menentukan posisi tawar peternak dalam menentukan jumlah penjualan susu, waktu penjualan dan harga yang diterima peternak.

Organisasi koperasi dapat berperan dalam reformasi sosial dengan menghimpun para pelaku ekonomi rakyat dalam dua aspek. *Pertama*, secara kolektif menghimpun para pelaku ekonomi rakyat dalam menjual produk-produk yang mereka hasilkan langsung ke konsumen dengan posisi tawar yang kokoh. *Kedua*, organisasi koperasi dapat menjadi wadah yang bertanggung jawab dalam membeli barang-barang yang diperlukan oleh para pelaku ekonomi rakyat langsung dari para pemasok di sektor modern dengan posisi-tawar yang kokoh pula (Sritua Arief, 2002).

Produksi susu lokal nasional per hari mencapai 1200 ton, sedangkan kebutuhan susu nasional mencapai 3600 ton per hari, dan peternak hanya mampu mensuplai sekitar 20% dari kebutuhan IPS. Jumlah tersebut berasal dari jumlah sapi perah produktif sebanyak 300.000 ekor dengan jumlah peternak 115.000 orang. Saat bea masuk masih

sebesar 5%, harga susu lokal melebihi susu impor. Namun penetapan bea masuk nol persen dipastikan semua IPS beralih ke susu impor (Yusuf, 2009)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi peternak sapi perah di Kecamatan Getasan khususnya anggota KSU Andini Luhur, bagaimana pandangan peternak terhadap prospek dan masalah yang dihadapi serta bagaimana menangani pasca produksi dan keputusan memilih KSU Andini Luhur sebagai alternatif pemasaran susu.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Kelompok Tani Ternak (KTT) sapi perah di Kecamatan Getasan, Kabupaten Semarang. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan pertimbangan merupakan sentra peternakan sapi perah dan Koperasi Serba Usaha (KSU) Andini Luhur pernah meraih beberapa prestasi sebagai Penerima Penghargaan Pengembangan Ketahanan Pangan tingkat Propinsi Jawa Tengah (2005), mendapatkan penghargaan sebagai Tempat Penampungan Susu Terbaik (Peringkat I Jawa Tengah) dan dari Menteri Pertanian RI sebagai Juara Harapan III.

Pengambilan sample dengan metode *simple random sampling* pada anggota KTT sapi perah anggota KSU Andini Luhur, memiliki minimal 2 ekor sapi perah laktasi. Setiap KTT dipilih secara acak sebanyak 5 peternak sehingga jumlah keseluruhan responden adalah 75 orang. Daftar KTT Sapi Perah dan jumlah anggota KSU Andini Luhur adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar KTT Sapi Perah dan jumlah anggota KSU Andini Luhur (2008)

No	KTT Sapi Perah	Desa	Jumlah Anggota	Tahun Berdiri
1	TTM	Jetak	35	2000
2	Pangudi Luhur	Jetak	20	2001
3	Lestari Mulyo	Jetak	50	2001
4	Sidodadi	Jetak	25	2002
5	Ngremboko Subur	Jetak	15	2002
6	Warga Rukun	Samirono	12	2002
7	Sari Puspita	Nogosaren	43	2002
8	Budidaya	Jetak	14	2003
9	Dadi Mulyo	Jetak	25	2003
10	Sari Mulyo	Jetak	15	2004
11	Cipto Manunggal	Batur	24	2004

12	Salam	Jetak	12	2005
13	Ngundisari	Tajuk	30	2005
14	Tani Makmur	Sumogawe	40	2005
15	Lestari	Getasan	48	2005

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan peternak sapi perah dalam proses penjualan susu dianalisis dengan metode regresi linier berganda (Gujarati, 1998: Widarjono, 2007) sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_6 X_6 + e_i$$

Dimana :

Y = Keputusan peternak

X<sub>1</sub> = Umur (tahun)

X<sub>2</sub> = Pekerjaan (3=peternak,petani; 2=peternak,petani, swasta; 1= peternak, petani, pegawai swasta/PNS)

X<sub>3</sub> = Jumlah Keluarga (jiwa)

X<sub>4</sub> = Strata (I < 6 ekor; II ≥ 6 ekor)

X<sub>5</sub> = Resiko harga (skor)

X<sub>6</sub> = Lokasi (3=jauh; 2=sedang dan 1=dekat)

e = Galat (error)

Keputusan dalam penjualan susu meliputi skor 3=selalu menjual seluruh produksi susu pada KSU, skor 2= menjual sebagian susu pada agen yang lain, dan skor 1= kadang-kadang menjual sebagian susu pada agen yang lain. Resiko harga meliputi pertanyaan-pertanyaan apakah peternak selalu menjual semua hasil produksi susu pada KSU Andini Luhur, perlakuan pada jumlah produksi susu yang ditolak oleh KSU, kepuasan pada pelayanan KSU, metode pembayaran, tingkat harga yang ditetapkan, kualitas susu, persaingan antar peternak, tempat penyaluran susu yang lain, kemudahan akses membeli pakan, transportasi, kemungkinan kelonggaran/dispensasi atas ketentuan KSU.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Profil Peternak Sapi Perah

Koperasi Serba Usaha (KSU) Andini Luhur terletak di Dusun Jetak Kecamatan getasan, Kabupaten Semarang. KSU didirikan tahun 1992 atas dasar kebutuhan bersama dalam hal pemasaran produksi susu dan penyediaan sarana produksi peternakan sebagai KTT Andini, kemudian secara bertahap ditetapkan menjadi KTT tingkat lanjut tahun

1995, tingkat Madya tahun 1996 dan menjadi KSU tahun 1998 yang dikukuhkan berbadan hukum setahun kemudian. Jumlah anggota pada awal berdiri 1992/1998 sebanyak 40 orang menjadi 170 orang pada tahun 2008. Bidang usaha meliputi unit persusuan, unit usaha jasa transportasi, unit usaha persewaan alat resepsi, unit simpan pinjam dan unit pakan ternak. Tujuan utama berdirinya KSU terutama adalah untuk mempermudah pejualan susu anggota, meningkatkan pendapatan anggota, meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan dalam beternak sapi perah.

Peternak responden sapi perah anggota KSU Andini Luhur sebagian besar berpendidikan SD (49,33%), SLTP (30,67%) dan SLTA (16%) dan Akademi/PT (4%). Pengalaman beternak berkisar antara 2 – 40 tahun, dimana 61 (81,33%) responden berpengalaman > 20 tahun. Mata pencaharian pokok sebagian besar 82,67% adalah petani. Profil Peternak Responden Sebagai Variabel Independen adalah sebagai berikut :

Tabel 2. Profil Peternak Responden Sebagai Variabel Independen

No	Uraian	Persentase (%)	Rataan	Stdev
1.	Umur 24 – 64 tahun < 55 tahun	65,33	45,1067	10,31212
2.	Pekerjaan Utama (skor 1-3) :		2,2133	0,72211
	1=Peternak (13 orang)	17,33		
	2=Peternak + Petani (33)	44,00		
	3=Peternak + Petani + Swasta/PNS (29)	38,67		
3.	Jumlah anggota keluarga :		3,5467	1,08171
	≤ 4 jiwa	52		
	> 4 jiwa	48		
4.	Kepemilikan ternak sapi perah (2–14 ST):		0,6667	0,47458
	< 6 ekor	69,33		
	≥ 6 ekor	30,67		
5.	Resiko Harga (skor 7-15)		12,4533	1,80310
6.	Lokasi pemasaran (skor 1-3)		2,5867	0,57171

### Faktor-Faktor Sosial Ekonomi Yang Mempengaruhi Keputusan

Hasil analisis dengan menggunakan regresi linier berganda dapat diketahui bahwa keputusan peternak dalam proses penjualan susu berdasarkan pendugaa koefisien regresi pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Pendugaan koefisien regresi

Nama	Variabel	Koefisien Regresi	Sig.	Std Error
Konstanta		-1,781	0,001	0,494
Umur	X1	-0,003	0,583	0,005
Pekerjaan Utama	X2	-0,049	0,523	0,077
Jumlah Keluarga	X3	-0,154	0,004**	0,051
Strata	X4	0,072	0,526	0,113
Resiko Harga	X5	0,523	0,000**	0,032
Lokasi pemasaran	X6	-0,911	0,000**	0,104
R2		0,834		
Fhitung		52,642	0,000**	

\*\*) sangat signifikan ( $P < 0,01$ )

Berdasarkan tabel di atas dapat dinyatakan persamaan regresi keputusan peternak dalam penjualan susu adalah :

$$Y = -1,781 - 0,003X_1 - 0,049X_2 - 0,154X_3 + 0,072X_4 + 0,523X_5 - 0,911 X_6 + e$$

Tabel 3 menunjukkan bahwa dari enam faktor yang diduga mempengaruhi pengambilan keputusan peternak dalam proses penjualan susu hanya tiga faktor yaitu jumlah keluarga (X3), Resiko harga (X5) dan Lokasi pemasaran (X6) yang berpengaruh sangat signifikan ( $P < 0,01$ ). Kondisi ini dapat diartikan bahwa semakin besar jumlah keluarga ternyata menurunkan atau relatif lebih sulit untuk membuat keputusan. Ditinjau dari aspek resiko menunjukkan bahwa semakin fluktuatif harga di luar koperasi akan menyebabkan peternak menjual produk susunya ke koperasi, selain itu ditunjang oleh pelayanan dan fasilitas dari koperasi. Variabel lokasi pemasaran sangat signifikan berpengaruh terhadap keputusan peternak.

Peternak merasa kepastian pasar lebih jelas dengan menyetor susu ke koperasi. Hal ini disebabkan koperasi jarang menolak hasil susu yang disetor anggota. Kenyataannya koperasi menerapkan standar harga yang berbeda terhadap kualitas susu yang diterima. Standar susu yang diterima koperasi adalah memenuhi standar kadar lemak ( $\geq 3,5\%$ ) dan berat jenis ( $\geq 1,026$ ). Fasilitas yang tersedia di koperasi untuk mengukur kualitas susu sehingga bila susu yang disetor peternak tidak sesuai dengan standar uji kualitas yang ditetapkan maka susu tersebut akan dikembalikan. Biasanya peternak akan menjual susu tersebut ke koperasi lain yang memiliki standar lebih rendah

dari koperasi Andini Luhur dengan konsekuensi menerima harga yang lebih rendah, yaitu berkisar Rp 1900 – Rp 2500. Padahal harga susu yang ditetapkan KSU Andini Luhur dibedakan menurut grade, yaitu per liter untuk a) grade A seharga Rp 2900, b) grade B seharga Rp 2750, c) grade C seharga Rp 2600, d) grade D seharga Rp 2450, dan grade E seharga Rp 2300.

Harga susu yang ditetapkan KSU Andini Luhur kenyataannya masih jauh lebih rendah dari harga susu produksi lokal di Jawa Barat. Saat ini, harga susu dari peternak lokal berada pada kisaran Rp 3900 – Rp 4000 per liter (Yusuf, 2009), bahkan untuk kota Semarang bisa mencapai kisaran Rp 3250 – Rp 3.500 per liter.

Lokasi juga secara signifikan mempengaruhi keputusan dalam menjual susu ke KSU Andini Luhur. Semakin jauh dari koperasi menurunkan keputusan dalam menjual produk susunya ke koperasi. Hal ini karena ada pilihan koperasi lain yang bersedia menampung hasil produksi susu peternak. Namun, peternak akan tetap memilih menyeteror ke KSU Andini Luhur jika merasa kualitas susu yang diproduksinya mencapai standar kualitas yang memungkinkan peternak memperoleh keuntungan yang lebih besar.

## **KESIMPULAN**

Faktor yang sangat nyata mempengaruhi peternak sapi perah dalam membuat keputusan untuk menjual hasil produksi susu adalah banyaknya jumlah keluarga, resiko harga dan jarak lokasi pemasaran. Kesempatan peternak untuk menjual susu diluar alternatif yang ada sangat tergantung dari kemampuan anggota keluarga meraih kemungkinan pasar pada saat harga di luar koperasi relatif lebih menguntungkan.

Untuk menghindari kerugian yang lebih besar karena posisi tawar peternak yang lemah adalah dengan melakukan sapta usaha tani yang benar sehingga hasil produksi dapat mencapai kualitas yang sesuai dengan permintaan pasar.

## **Pustaka**

- Gujarati, D., 1998. *Ekonometrika Dasar*. Erlangga. Jakarta.
- Yusuf, H.E., 2009. *Pemasaran Susu Lamah Posisi Tawar*. Harian Pikiran Rakyat, Kamis 23 April 2009.
- Sritua Arief. 2002. *Bung Hatta Bapak Kedaulatan Rakyat*. Majalah PP\Th 2002\Edisi 28
- Widarjono, A., 2007. *Ekonometrika Teori dan aplikasi*. Edisi Kedua. Penerbit Ekonisia Fakultas Ekonomi UII. Yogyakarta.

